

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 18.05.2026 15:05:52
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 4
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.08 «Исследование медиа аудиторий»
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным
планом)

42.03.05 «Медиакоммуникации»
(код, наименование направления подготовки/специальности)

Медиапродюсирование и медиаменеджмент
(наименование образовательной программы)

очная
(форма обучения)

Год набора - 2026

Санкт-Петербург

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Юмашева И.А., к.пед.н., доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций

Заведующий кафедрой:

Ким М.Н., д.ф.н., профессор, заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций

Рабочая программа дисциплины Б1.В.08 «Исследование медиа аудиторий» одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций факультета социальных технологий Северо-западного института управления.

протокол № 4 от «09» апреля 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина Б1.В.08 «Исследование медиа аудиторий» обеспечивает формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций*:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС (при наличии)**	Код компетенции**	Наименование Компетенции**	Код индикатора достижения компетенций**	Наименование индикатора достижения компетенций**	Образовательный результат**
В/01.6-04.6 Организация продвижения продукции СМИ	ПК-7	Способен выполнять функции по формированию рекомендаций для создания промороликов, презентационных материалов, разработке маркетинговых планов продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы	ПК-7.1.	Владеет законодательством Российской Федерации о рекламе, методами проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента, технологиями медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основами компьютерной графики и анимации, компьютерные музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм, техническими средствами телерадиовещания, передовым отечественным и зарубежным опытом производства и продвижения продукции телерадиовещания	ПК-7.1. 3-1. Знает гражданское законодательство Российской Федерации
					ПК-7.1. 3-2. Знает основные принципы организации рекламной кампании
					ПК-7.1. У-1. Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии

ПК-7.2.	<p>Выполняет функции по формированию рекомендаций для создания промороликов, разработке маркетинговых планов продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы, созданию презентационного/рекламного материала, организации проведения рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга, ведению переговоров с представителями телеканалов/радиостанций для согласования сетки вещания, организации творческого и производственного процесса, рациональной расстановке кадров, координации деятельности основного и вспомогательного состава рабочей группы для выполнения комплекса работ на протяжении всего производственного процесса.</p>	<p>ПК-7.2. 3-4. Знает основы проектной деятельности</p>
		ПК-7.2. 3-5.

					Знает корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональ ную деятельность
--	--	--	--	--	---

** Дисциплина может формировать компетенцию полностью или частично.*

*** Должно соответствовать Приложению 1 к образовательной программе*

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 3 зачетных единицы; 108 академических часов.

Объем академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) составляет 53 акад. часа и на самостоятельную работу обучающихся – 37 акад. часа. Самостоятельная работа на подготовку к экзамену – 18 акад. часов. Консультации перед экзаменом – 2 акад. часа. Контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий – 9 акад. часов.

Учебная дисциплина Б1.В.08 «Исследование медиааудиторий» (5 семестр) относится к вариативным дисциплинам направлению подготовки бакалавров 42.03.05 «Медиакоммуникация».

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина реализуется с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины, используются студентами при выполнении выпускных квалификационных работ, а также в дальнейшей практической коммуникационной деятельности.

Учебная дисциплина Б1.В.08 «Исследование медиа аудиторий» (5 семестр) входит в вариативную часть дисциплин направления подготовки. При изучении данной дисциплины обучающимся необходимо опираться на знания и умения, полученные в ходе предшествующего знакомства с курсами философии, истории, социологии.

Дисциплина закладывает теоретический и методологический фундамент для овладения дисциплиной «Продюсирование медиапроектов».

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://sziu-de.ranepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Очная

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час										Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации		
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий							Самостоятельная работа					
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)								
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Кат тЭК	К о н т р о л ь	СРкр		СРэк	СР
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
Тема 1	Эволюция теоретических подходов к медиа аудиторий	15	3		5							7	УО, Пр		
Тема 2	Исследования медиа аудитории:	15	3		5							7	УО, Пр		

	цель и задачи													
Тема 3	История развития прикладных исследований медиа аудитории	15	3			5						7		УО, Пр
Тема 4	Виды исследований, используемых при изучении медиа аудитории	16	3			5						8		УО, Пр
Тема 5	Понятие и особенности программы исследования медиа аудитории	18	4			6						8		УО, Пр
Промежуточная аттестация		29						2	9			18		Экзамен
Итого		108	16			26		2	9			18	37	

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

УО – устный опрос

Пр – проектное задание

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Эволюция теоретических подходов к медиа аудитории (ПК-7.1.)

Сущность традиционного подхода к медиааудитории: концепция воздействия. Модель двухступенчатой коммуникации Г.Лассуэлла и концепция лидеров мнения П. Лазарсфельда. Подход полезности и удовлетворения потребности при анализе медиааудитории. Теория повестки дня и теория публичных арен. Современные модели медиапотребления при анализе аудитории массмедиа.

Тема 2. Исследования медиа аудитории: цель и задачи (ПК-7.1.)

Исследовательская функция в связях с общественностью и массмедиа, ее особенности. Особенности организации исследований медиааудитории. Основные задачи и их соответствие базовым целям исследования. Исследование и эффективность. Требования к исследовательской деятельности. Целевые аудитории и оценка их отношения.

Тема 3. История развития прикладных исследований медиа аудитории (ПК-7.2.)

Этапы развития теории и практики связей с общественностью и характерные особенности прикладных исследований. Работы Э. Бернайза и У. Липпмана. Изучение общественного мнения в работах Гэллага. Развитие медиаметрических исследований (деятельность А. Нильсена). Развитие прикладных методов исследования медиааудитории во второй половине XX века.

Тема 4. Виды исследований, используемых при изучении медиа аудитории (ПК-7.2.)

Виды исследований, используемых в практике исследований медиааудитории. Опросные и неопросные методы исследования. Фокус-групповые исследования и особенности их использования в маркетинговой деятельности и исследованиях аудитории медиа. Контент-анализ в практике маркетинговой деятельности, его проведение. Проблема оценки эффективности различных методов исследования

Тема 5. Понятие и особенности программы исследования медиа аудитории (ПК-7.2.)

Разработка плана исследовательской работы, сопровождающей маркетинговую деятельность и изучение аудитории медиа. Понятийный аппарат исследования. Прикладной характер исследований. Практические задачи исследования и выработка гипотез. Численность объема выборки и

определение ее параметров. Последовательность этапов исследования и его проведение.

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

1.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.В.08 «Исследование медиа аудиторий» входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В). 	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4). 	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из

<p>правильных ответов из нескольких вариантов предложенных</p>		<p>2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа.</p> <p>3. Выбрать несколько правильных ответов.</p> <p>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).</p>	<p>одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)</p>
<p>Задание закрытого типа на установление последовательности</p>	<p>Прочитайте текст и установите последовательность</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БАА или 135).</p>	<p>Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр</p>
<p>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</p>	<p>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p>	<p>Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа</p>

		5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).	
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ 	<p>Ответ считается верным:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3. Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
95-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
85-94			B	P/ Passed
75-84	Хорошо		C	P/ Passed
65-74			D	P/ Passed
55-64			E	P/ Passed
0-54	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

Устный опрос, проектное задание

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

Тема 1. Эволюция теоретических подходов к медиааудитории

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. Сущность традиционного подхода к медиааудитории: концепция воздействия.

Вопрос 2. Модель двухступенчатой коммуникации Г.Лассуэлла и концепция лидеров мнения П. Лазарсфельда.

Вопрос 3. Подход полезности и удовлетворения потребности при анализе медиааудитории.

Вопрос 4. Теория повестки дня и теория публичных арен.

Вопрос 5. Современные модели медиапотребления при анализе аудитории массмедиа

Проектное задание:

Разработайте и презентуйте концепцию медиаисследования.

Тема 2. Исследования медиааудитории: цель и задачи

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. Исследовательская функция в связях с общественностью и массмедиа, ее особенности.

Вопрос 2. Особенности организации исследований медиааудитории.

Вопрос 3. Основные задачи и их соответствие базовым целям исследования.

Вопрос 4. Исследование и эффективность. Требования к исследовательской деятельности.

Вопрос 5. Целевые аудитории и оценка их отношения.

Проектное задание:

Разработка и обоснуйте план медиаисследования.

Тема 3. История развития прикладных исследований медиааудитории

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. Этапы развития теории и практики связей с общественностью и характерные особенности прикладных исследований.

Вопрос 2. Работы Э. Бернайза и У. Липпмана.

Вопрос 3. Изучение общественного мнения в работах Гэллапа.

Вопрос 4. Развитие медиаметрических исследований (деятельность А. Нильсена).

Вопрос 5. Развитие прикладных методов исследования медиааудитории во второй половине XX века.

Проектное задание:

Провести верстку онлайн справочника.

Тема 4. Виды исследований, используемых при изучении медиааудитории

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. Виды исследований, используемых в практике исследований медиааудитории.

Вопрос 2. Опросные и неопросные методы исследования.

Вопрос 3. Фокус-групповые исследования и особенности их использования в маркетинговой деятельности и исследованиях аудитории медиа.

Вопрос 4. Контент-анализ в практике маркетинговой деятельности, его проведение.

Вопрос 5. Проблема оценки эффективности различных методов исследования

Проектное задание:

Проведите спланированное и обоснованное медиаисследование и представьте презентацию реализации и результатов

Тема 5. Понятие и особенности программы исследования медиааудитории

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. Разработка плана исследовательской работы, сопровождающей маркетинговую деятельность и изучение аудитории медиа.

Вопрос 2. Понятийный аппарат исследования.

Вопрос 3. Прикладной характер исследований.

Вопрос 4. Практические задачи исследования и выработка гипотез.

Вопрос 5. Численность объема выборки и определение ее параметров.

Вопрос 6. Последовательность этапов исследования и его проведение.

Проектное задание:

Проанализируйте аудиторию регионального интернет-СМИ на выбор. Выделите основные сегменты аудиторий. Составьте портрет медиапотребителя для каждого сегмента.

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать студент	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале)
--------------------------------	---	------------------------------------	---

			БРС в СДО)
КТ 1	100	0,3	30
КТ 2	100	0,3	30
Итого:	x	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ x Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

КТ – 1.

Тема 1, Тема 2

Устный опрос:

1. Определите понятие аудитории.
2. Охарактеризуйте трансформацию понятия "аудитория" в России в XVIII-XXI вв.
3. Аудиториология как общая теория аудитории: основные положения.
4. Современное понимание аудитории. Аудитория как компонент системы общества.
5. Факторы, влияющие на величину аудитории.
6. Типология аудитории. Понятия "медиа", "медиааудитория", "немедиааудитория", "массовая аудитория", "публика" и др.
7. Основы теории медиааудитории. Медиалогическое различение медиааудиторий.
8. Целеполагание в изучении медиааудитории: индустриальные, социально-политические, социально-культурные, социально-психологические и другие цели исследования.

КТ – 2.

Тема 3, Тема 4, Тема 5

Устный опрос:

1. Методы изучения медиааудитории, их типология: количественные и качественные, опросные и аналитико-документальные.
2. Измерения объемов медиааудиторий как специфический вид количественных исследований.
3. Краткая история развития методов измерения медиааудитории в мире и России.
4. Автоматизированные методы измерения медиааудиторий (радио, телевидение, интернет).

5. Система стандартных индустриальных параметров измерения медиааудиторий (технические, редакционные, рекламные).
6. Типология закономерностей поведения медиааудиторий: общие и частные закономерности, консумпционные и диспозиционные закономерности.
7. Цикличность как общая консумпционная закономерность поведения медиааудиторий.
8. Связь медиапредпочтений с ценностными ориентациями аудитории как фундаментальная диспозиционная закономерность.
9. Частные закономерности различных видов медиааудиторий: аудитории печатных изданий, аудитории радио, аудитории телевидения, аудитории интернета.
10. Основопологающие принципы формирования современной системы измерения медиааудитории в России.

Для каждой формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ определены критерии оценивания результатов выполнения задания.

1. Критерии оценивания устного ответа:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
<i>Содержание и раскрытие темы</i>	<i>0-20</i>	<i>Детальное, последовательное описание всех содержательных элементов вопроса с конкретными примерами</i>
<i>Грамотность изложения</i>	<i>0-20</i>	<i>Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации</i>
<i>Стилистика</i>	<i>0-20</i>	<i>Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность</i>
<i>Логика изложения</i>	<i>0-20</i>	<i>Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы</i>
<i>Оригинальность</i>	<i>0-20</i>	<i>Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора</i>
Итого максимально:	100	

2. Критерии оценивания проектного задания:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
<i>Актуальность</i>	<i>0-20</i>	<i>Детальное, последовательное описание актуальности проекта с учетом специфики тематики проекта, востребованности в обществе, социальной и информационной значимости, раскрыта уникальность и практико-применимость</i>
<i>Обоснование</i>	<i>0-20</i>	<i>Детальное подробное обоснование проекта с точки зрения значимости планируемых результатов</i>
<i>Календарный график</i>	<i>0-20</i>	<i>Четкий, логичный график выполнения этапов проекта с обозначением конкретных дат и объемов выполняемых работ на каждом этапе; обозначение ответственных с ролями и функционалом</i>
<i>Обоснование результативности</i>	<i>0-20</i>	<i>Чёткая последовательность изложения представленных обоснований по каждому заявленному результату, логические связи между заявленными результатами, аргументы подтверждают выводы</i>
Итого максимально:	60	

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

Дополнительных материалов и оборудования не требуется.

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация проводится в форме экзамен.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации.

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

Перечень вопросов к экзамену

1. Целеполагание в изучении медиааудитории: индустриальные, социально-политические, социально-культурные, социально-психологические и другие цели исследования.
2. Методы изучения медиааудитории, их типология: количественные и качественные, опросные и аналитико-документальные.
3. Измерения объемов медиааудиторий как специфический вид количественных исследований.
4. Краткая история развития методов измерения медиааудитории в мире и России.
5. Автоматизированные методы измерения медиааудиторий (радио, телевидение, интернет).
6. Система стандартных индустриальных параметров измерения медиааудиторий (технические, редакционные, рекламные).
7. Типология закономерностей поведения медиааудиторий: общие и частные закономерности, консумпционные и диспозиционные закономерности.
8. Цикличность как общая консумпционная закономерность поведения медиааудиторий.
9. Связь медиапредпочтений с ценностными ориентациями аудитории как фундаментальная диспозиционная закономерность.
10. основополагающие принципы формирования современной системы измерения медиааудитории в России.
11. Компоненты современной российской метасистемы измерения медиааудиторий: система измерения аудитории печатных СМИ, система измерения аудитории радио, система измерения аудитории телевидения, система измерения аудитории интернета.
12. Основные сферы использования данных о медиааудитории в России.
13. Анализ медиааудиторий в отраслевой практике.
14. Анализ общих показателей медиааудиторий (в динамике, в социально-демографическом разрезе).
15. Анализ аудитории в контексте конкурентной борьбы. Построение позиционных карт распределения аудиторий по социально-демографическим показателям.
16. Анализ медиааудиторий в деятельности медиапредприятий.
17. Анализ медиааудиторий в портфельном анализе медиахолдинга.
18. Анализ медиааудиторий в процессе поддержки эфирного программирования на радио и телевидении.
19. Специфика понимания аудитории в контексте рекламной деятельности и связей с общественностью.

20. Целевая аудитория конкретной кампании, базовая целевая аудитория СМИ, их соотношение.

21. Проблема формализации целевой группы.

22. Стандартные показатели аудитории рекламного спота и рекламной кампании: рейтинг спота, суммарный рейтинг (GRP, TRP), OTS, средняя частота просмотра, охват аудитории в рекламной кампании, цена за пункт рейтинга (CPR), цена за тысячу контактов (CPT).

Пример практического задания

Сформируйте выборку исследованиях медиа-аудитории соцсети.

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

Тема 1- Тема 2. (ПК-7.1.).

Тип	Инструкция	Тестовый вопрос
Закрытое (с выбором)	Выберите один вариант ответа	Выберите один вариант ответа Школа неформального подхода к проведению исследования подразумевает 1. использование количественных оценок, применение статистических и эконометрических методов 2. использование качественных оценок, отказ от использования математического аппарата А. сочетание статистических, социометрических, квалиметрических процедур
Закрытое (с выбором)	Выберите один вариант ответа	Выберите один вариант ответа Вид исследований медиааудиторий, к которому относятся мотивационные исследования, называется 1. изучение рыночной конъюнктуры 2. изучение каналов распределения 3. изучение потребителей А. тестирование новых товаров
Закрытое (на сопоставление)	Соотнесите нормативный/законодательный акт и его значение	Установите соответствие признаком и его характеристикой 1) Основной недостаток экспериментов 2) Основное преимущество панельного метода 3) основное преимущество наблюдения а) отсутствие влияния на изучаемые явления со стороны исследователя б) возможность регулярного изучения поведения потребителей в) высокой стоимости и длительности проведения
Закрытое (на сопоставление)	Соотнесите понятие и их характеристики	Установите соответствие: А) Тип вопроса, не содержащий никаких подсказок и дающий возможность респонденту выразить свое мнение Б) Заранее подготовленный бланк с перечнем вопросов, на которые должен ответить респондент В) Точность измерений по отношению к тому,

		<p>что существует в реальности</p> <p>Г) Тип вопроса в анкете, предусматривающий наличие набора всех возможных вариантов ответов</p> <p>1) Достоверность исследования</p> <p>2) Открытый вопрос</p> <p>3) Анкета</p> <p>4) Закрытый вопрос</p>
--	--	--

Тема 3 - Тема 5. (ПК-7.2.).

Тип	Инструкция	Тестовый вопрос
Закрытое сопоставление) (на	Установите соответствие между термином и датой его официального введения	<p>Установите соответствие между определением и его содержание</p> <p>1) медиааудитория а) дифференцированные по различным признакам (возрастным, социальным, профессиональным, образовательным, национальным и др.) группы, контактирующие с медиа</p> <p>2) фокус-группа б) совокупность формализованных исследовательских методик, применяемых в гуманитарных науках для анализа содержания текстов, речи, изображений, интернет-сайтов, видеоматериалов и др. продуктов коммуникации</p> <p>3) Контент-анализ в) групповое интервью с участием небольшого числа (иногда до десяти) демографически предопределенных участников</p>
Закрытое сопоставление) (на	Установите соответствие между утверждением и верным ответом	<p>Установите соответствие между видом цветовой схемы и изображением</p> <p>1) Опрос а) совокупность случайно отобранных объектов из генеральной совокупности</p> <p>2) Выборка б) средства массовой коммуникации, через которые информацию публично распространяют на широкую аудиторию</p> <p>3) Масс-медиа в) метод исследования, при котором задаются вопросы некоторой выборке людей с целью получения информации об их мнениях, убеждениях, предпочтениях</p>
Открытое дополнение) (на	Дополните утверждение	Дополните утверждение. Основное преимущество наблюдения, как метода сбора данных заключается в ..
Открытое дополнение) (на	Дополните утверждение	Укажите, верно ли утверждение... Ошибка, допущенная при формулировке следующего вопроса анкеты: «Часто ли Ваше внимание привлекает реклама моющих средств?» — в газетах — по радио — по телевидению» заключается в несоответствии между смыслом вопроса и характером предлагаемых ответов
Открытое (с	Дайте развернутый ответ	Дайте развернутый ответ, что представляет

развернутым ответом)		собой панель
Открытое (с развернутым ответом)	Дайте развернутый ответ	Дайте развернутый ответ, что представляет собой качественное исследование

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

Критерии и балльная шкала определяются преподавателем

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
<i>Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок</i>	40
<i>Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.</i>	30-39
<i>Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.</i>	20-29
<i>Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.</i>	0-19

6.4. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

Дополнительных материалов и оборудования не требуется.

7. Методические материалы по освоению дисциплины

Устный опрос. Этот вид работы предусмотрен на семинарских занятиях и включает в себя ответы на вопросы и ответы при проверке заданий. Студенты распределяют в группе вопросы из списка вопросов для обсуждения в плане каждого семинарского занятия. Ответ на вопрос должен быть кратким, по существу и, как правило, не превышающим 3-х минут монологической речи. Готовиться к устному опросу по планам семинаров следует по списку основной и дополнительной литературы. Ответ студента при проверке письменного домашнего задания из плана семинарского занятия является разновидностью устного опроса. На семинарских занятиях также предусмотрены дополнительные, кроме домашней работы, задания, собеседование по дополнительным вопросам и дополнительным заданиям на семинарских занятиях рассматривается как устный опрос.

Проектное задание. Студенты распределяются на творческие группы по 2 человека и самостоятельно готовят доклад по одной из тем по истории русской семиотики (темы проектов в разделе 4.2). По материалам этой работы студенты готовят презентацию-отчет, с которой выступают на публичной защите проекта на семинарских занятиях № 3-4. Регламент для защиты проекта – 15 минут. Оба участника проектной группы получают одинаковое количество баллов за защиту презентации-проекта.

Промежуточная аттестация в системе ДОТ. Консультация к экзамену пройдет в виде онлайн-встречи в приложении Office 365 «Teams». Приложение рекомендуется установить локально. Студент должен войти в систему с помощью учетной записи Office 365 РАНХиГС, чтобы обеспечить базовую проверку личности.

Экзамен будет проходить в форме устного опроса по списку вопросов к экзамену и выполнения одного практического задания.

Для обеспечения видео- и аудио связи на мероприятии студент должен иметь камеру и микрофон, подключенные к его персональному компьютеру, планшет или смартфон.

Отсутствие у студента технических возможностей рассматривается как уважительная причина. При этом сроки проведения зачета могут быть перенесены по заявлению студента на имя декана факультета на период после окончания режима повышенной готовности.

За 10-15 минут до указанного времени начала мероприятия студент должен выйти на связь. Ему необходимо приготовить паспорт для идентификации личности.

В ходе подготовки ответа студент должен включить свои микрофоны и видеокамеры. Видеокамеру необходимо направить так, чтобы были хорошо видны лицо и руки студента. Студент должен следовать рекомендациям преподавателя.

В случае если действия студента не дают возможности преподавателю контролировать процесс добросовестного выполнения студентом заданий после получения задания для зачета, преподаватель имеет право выставить оценку «не зачтено».

В случае сбоев в работе оборудования или канала связи на протяжении более 15 минут со стороны преподавателя либо со стороны студента, преподаватель оставляет за собой право перенести проведение испытания на другой день.

Пофамильный список подгрупп для аттестации оглашается после консультации к зачету.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

1. Верещагина, А. В., Социология : учебник / А. В. Верещагина, В. В. Ковалев, С. И. Самыгин. — Москва : КноРус, 2023. — 380 с. — ISBN 978-5-406-11104-8. — URL: <https://book.ru/book/947837>

2. Тужба, Э. Н., Социология : учебное пособие / Э. Н. Тужба. — Москва : Русайнс, 2023. — 197 с. — ISBN 978-5-466-02232-2. — URL: <https://book.ru/book/947584>

1. Руденко, А. М. Психология массовых коммуникаций : учебник / А. М. Руденко, А. В. Литвинова ; под ред. А. М. Руденко. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2021. — 303 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-369-01663-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1048186> (дата обращения: 19.12.2022). — Режим доступа: по подписке.

8.2. Дополнительная литература

1. Резепов И.Ш. Психология рекламы и PR [Электронный ресурс]. — М.: Дашков и К, 2017. — <http://idp.nwipa.ru:2048/login?url=http://www.iprbookshop.ru/57167.html>

2. Садовская В.С. Основы коммуникативной культуры. Психология общения: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / В.С. Садовская, В.А. Ремизов. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Юрайт, 2016. — <http://idp.nwipa.ru:2048/login?url=http://www.biblio-online.ru/viewer/694B2053-A544-4AD5-8836-B4F0C37AA343#page/1>

8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

При изучении дисциплины нормативно-правовые документы не используются

8.4 Интернет-ресурсы

Сайты с бесплатным доступом к поисковым системам словарей русского языка:

1) <http://www.gramota.ru>

2) <http://www.slovari.ru>

9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Курс включает использование программного обеспечения Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Методы обучения предполагают использование информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов).

Задействованы Интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

1.	Специализированные залы для проведения лекций, оборудованные мультимедийной техникой, позволяющей демонстрировать презентации и просматривать кино и видео материалы.
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами
3.	Технические средства обучения: Персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV.